

ABSTRAK

Restoran makanan di Jawa Timur beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang signifikan, dimana mereka datang dengan menawarkan berbagai pilihan menu baru dan menarik untuk memuaskan konsumen. Di sisi lain banyak pemberitaan yang berkembang, baik melalui media cetak dan elektronik tentang makanan yang komposisi di dalamnya mengandung komponen-komponen berbahaya bagi kesehatan tubuh maupun termasuk jenis-jenis makanan yang dilarang untuk dikonsumsi oleh syariat agama (khususnya bagi Muslim) banyak beredar dan sangat meresahkan. Dimana fenomena ini diperkuat dengan hanya tiga restoran di Jawa Timur yang memiliki sertifikasi halal. Tentunya hal tersebut sangatlah ironis mengingat mayoritas penduduk di Jawa Timur adalah Muslim. Hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan restoran makanan adalah bagaimana perilaku konsumen dalam menghadapi fenomena tersebut. Dimana perilaku konsumen terhadap risiko dipengaruhi dari sikap terhadap risiko (*risk attitude*), persepsi terhadap risiko (*risk perception*), norma subjektif (*subjective norm*) dan perilaku konsumen dalam menghadapi kemungkinan risiko yang akan menyimpannya (*risk intended behavior*) dari restoran makanan yang tidak bersertifikasi halal. Desain penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan alat uji statistik *Partial Least Square* (PLS). Hasilnya ditemukan bahwa *risk attitude*, *risk perception*, *subjective norm* berpengaruh terhadap *risk intended behavior*. Sedangkan nilai religiusitas seseorang tidak memberikan efek bagi hubungan *risk attitude* dan *risk perception* terhadap *risk intended behavior*.

Kata kunci: risk attitude, risk perception, norma subjektif, niat untuk berperilaku pada risiko dan religiusitas.